

## ДОСЛІДЖЕННЯ ТА АНАЛІЗ РИНКУ СПОЖИВАЧІВ ТУРИСТСЬКИХ ПОСЛУГ

*Светіха Я.О.*

*Науковий керівник – Козлова А.О., канд. екон. наук, ст. викладач*

Туризм відіграє одну з головних ролей у світовій економіці, забезпечуючи десяту частину світового валового національного продукту. Вплив туризму на соціально-економічні процеси є надзвичайно великим: завдяки розвитку туризму з'являються сотні тисяч робочих місць, розвиваються комунікаційні системи, підвищується культура місцевого населення і т.д. Дослідження поведінки споживачів туристських послуг з урахуванням особливостей економіки забезпечить кращу взаємодію всіх учасників ринку туристських послуг, вищий рівень задоволення споживачів, знизить ризики, збалансує інтереси на ринку туристських послуг.

Правильне розуміння споживачів надає туристичній фірмі та галузі можливості: прогнозувати потреби споживачів; виявляти послуги, що користуються найбільшим попитом; удосконалювати взаємини з потенційними клієнтами; завойовувати довіру клієнтів та розуміти їхні запити; розуміти, чим керується клієнт, приймаючи рішення про придбання туристських послуг; з'ясовувати джерела інформації, що використовують клієнти при ухваленні рішення про купівлю; створювати систему зворотного зв'язку із споживачами туристичних послуг. Рішення про придбання туристських послуг може змінюватися в залежності від мети подорожі, наявності вільного часу, тривалості та частоти відпочинку. А мотивація туристів відрізняється в залежності від часу, коли приймається рішення про покупку і бронюванні туру.

Теоретичною і методологічною основою проведення дослідження є вивчення регіональної природи туризму, наукові розробки зарубіжних і вітчизняних вчених у сфері туристичних послуг і управління нею, що розкривають соціально-економічні функції туризму і його роль у розвитку регіональної економіки.

Більшість авторів виділяють такі класифікаційні ознаки туризму:

- 1) мета подорожі, яка визначає вид туризму;
- 2) форма організації визначає як характер виробництва турпродукту, так і його споживання. Реалізувати мету подорожі турист може самостійно або виключно через туристичне підприємства;
- 3) за державною ознакою туризм поділяють на внутрішній та міжнародний. Саме за характером цих зв'язків в міжнародному туризмі виділяють зарубіжний туризм та іноземний;
- 4) сезон та термін перебування;

- 5) клас обслуговування;
- 6) спосіб подорожування: за видами транспорту; за поширеністю в використанні; за формами організації транспортних подорожей;
- 7) за формою розрахунків: повна оплата самим туристом; часткова оплата (пільги, групові знижки) чи соціальна (безкоштовна для туриста з оплатою за рахунок профспілок, фондів);

Туристське споживання має виражений сезонний характер. Воно доповнює споживання в місці постійного проживання і в місці відпочинку, створюючи додатковий попит на певні товари та послуги, потрібні на час подорожування. Всесвітня туристична організація прогнозує подальше зростання туристичного процесу до 2020 р. з щорічними темпами у 4,1%. Враховуючи виявлені тенденції, прогнозується перерозподіл туристських потоків.

Сучасний ринок міжнародних туристських послуг розвивається за умов формування чіткої концепції. До основних концептуальних підходів належать: визначення економічної сутності ринку туристських послуг та його ролі в системі; виділення особливостей міжнародної туристської діяльності; розгляд конкуренції у сфері туризму; виділення основних шляхів співпраці України з іншими країнами та міжнародними організаціями у сфері турбізнесу.

Нині Україна має понад 4,5 тис. закладів розміщення туристів і відпочиваючих на 620 тис. місць, але вони потребують модернізації та реконструкції відповідно до міжнародних стандартів. Крім того, підтримання в належному стані потребують і рекреаційні зони, пам'ятки культури та архітектури України, інші об'єкти туристських чи екскурсійних послуг. У 2006 році спостерігається позитивна динаміка основних показників туристичної сфери. Темпи зростання обсягів в'їзного туризму (107%) перевищили темпи зростання виїзного туризму (103%). Структура виїзного потоку: країни СНД – 8,3 млн. осіб, країни ЄС – 7,4 млн. осіб, інші країни – 1,1 млн. осіб. Обсяг внутрішнього туризму залишається сталим – за попередніми даними збільшення на 2%. Всього протягом минулого року туристськими підприємствами обслуговано 3,4 млн. туристів.

Серед показників економічної ефективності туристська діяльність першочергове значення належить конкурентоспроможності та рентабельності. Це пояснюється тим, що вони демонструють ефект від надання туристських послуг, дають змогу оцінити позитивні зрушення у розвитку галузі й робити висновки щодо доцільності вкладення інвестицій в цю сферу.